

Узлова Екатерина Алексеевна

студентка инженерно-технологического факультета 453 группы

Елабужский институт ЕИ К(П)ФУ, г.Елабуга

e-mail: katerinasGIRL.ru

Дубровина Надия Надыровна

студентка Инженерно-технологического факультета 453 группы

Елабужский институт ЕИ К(П)ФУ, г.Елабуга

e-mail: girls-97@mail.ru

**ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ  
АВТОМОБИЛЬНОГО ДИЗАЙНА В РОССИИ  
PROBLEMS OF TRAINING OF SPECIALISTS IN THE FIELD OF AUTOMOBILE  
DESIGN IN RUSSIA**

**Аннотация.** В статье сравнивается уровень развития автомобильного дизайна, как области промышленного дизайна России и европейских стран. Выявляются причины отставания отечественного автомобильного дизайна в сравнении с зарубежным. Определяются проблемы в процессе подготовки специалистов в области автомобильного дизайна в России и возможные пути их решений.

**Ключевые слова:** дизайн, промышленный дизайн, автомобильный дизайн, подготовка специалистов, инженерно-техническая область, автомобильная промышленность.

**Abstract.** In the article the level of development of automobile design as areas of industrial design of Russia and the European countries is compared. The reasons of lag of domestic automobile design in comparison with foreign one are established. Problems in the course of training of specialists in the field of automobile design in Russia and possible ways of their decisions are defined.

**Index terms:** design, industrial design, automobile design, training of specialists, technical area, automotive industry.

Дизайн (англ. design инженер-конструктор, от лат. designare отмерять) – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но, главным образом, те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя. Дизайн стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которая обусловлена промышленным производством [3].

Возникновение дизайна как особого вида проектно-художественной деятельности относят к концу XIX в., связывая его появление с промышленной революцией – повсеместным развитием массового машинного производства и возникшим вследствие этого разделением труда. Возникновение промышленного дизайна разделяют в основном три точки зрения исследователей этой проблемы. Большинство видит истоки промышленного дизайна в появлении индустриального производства: когда вещи начали изготавливать на станках, они стали терять индивидуальные черты. Некоторые ученые утверждали, что появление таких предметов в быту негативно скажется на внутренней гармонии человека. До начала XX века производимые промышленным способом предметы старались украшать декоративными элементами, которые напоминали бы о работе ремесленника. Поначалу дизайнер занимался лишь внешним видом изделия, но постепенно пришло понимание того, что необходимо учитывать его функциональность и экономичность, а также знать всю технологию производства.

Другие исследователи, в частности, В. Глазычев, считают началом истории дизайна 1907 год, когда художник, архитектор, дизайнер Петер Беренс стал работать в компании Allgemeine Elektrizita (AEG). Главной целью деятельности художников под управлением Беренса было завоевание компанией позиций на рынке. Наконец, третья точка зрения –

дизайн возник в американской промышленности в период кризиса 1929 года как инструмент для увеличения сбыта продукции. Он связан с именами таких художников, как Раймонд Лоуи, Уолтер Дорвин Тииг, Генри Дрейфус. После Второй мировой войны промышленный дизайн стал показателем уровня развития экономики, научных и производственных достижений, важным инструментом в конкурентной борьбе.

В условиях индустриального производства, товарного наполнения рынка внимание производителей все больше обращалось на привлекательность и разнообразие внешнего вида выпускаемых изделий, а также на потребительские качества продукции, удобство ее эксплуатации. В результате возникла необходимость в особом специалисте, способном не только создавать привлекательный внешний вид, отвечающий веяниям моды и запросам потребителя, форму изделия, но и хорошо разбираться в конструировании и технологии машинного производства. Только в условиях решения комплексных инженерно-технических, художественных вопросов возможно, как показала практика, создавать конкурентоспособную продукцию.

Словосочетание «промышленный дизайн» давно у многих на слуху. Но представление о том, что это такое, у всех совершенно разное. Сам термин промышленного дизайна был использован в искусстве в 1839 году в первый раз.

Веркбунд – Deutscher Werkbund (Немецкий Федеральный Завод) – играет важную роль в продвижении промышленного дизайна, идею формирования которого возглавил немецкий архитектор Герман Муте́зиус. Это школа была образована ассоциацией архитекторов, художников, дизайнеров и промышленников в 1907 году в Мюнхене. Целью формирования этого объединения было сделать немецкие компании конкурентоспособными на глобальной платформе в процессе интеграции методов массового производства, искусства и традиционного ремесла.

Баухауз (Bauhaus) – школа в Германии, которая была основана Вальтером Гропиусом в 1919 году. Эта школа была уникальна в том смысле, потому что объединила изобразительное искусство и ремесла. Bauhaus повлиял не только на промышленный дизайн, но и на различные области, такие как типография, дизайн интерьера, автомобилей и архитектуры. Школа Баухауз открыла филиалы в немецких городах Веймаре (1919-1925), Дессау (1925-1932) и Берлине (1932-1933). Великая депрессия 1929 года положительно повлияла на деятельность промышленных дизайнеров, так как дала возможность им показать свои таланты и навыки. Фредерик У. Тейлор, инженер-механик по профессии, играл важную роль в повышении эффективности промышленного производства в этот период.

Промышленный дизайн – такой вид творческой деятельности, предметами которого чаще всего являются изделия бытового назначения промышленного изготовления [1, с. 5]. Дизайн автомобилей, по своей специфике, тоже относится к промышленному дизайну. Автомобильный дизайн – художественно-проектная деятельность по созданию оригинальной, функционально оправданной, устойчивой к влияниям времени формы автомобиля [1, с. 29]. Этот вид дизайна ставит целью создание логичной, модной и удобной формы автомобиля.

Современный автомобильный дизайн решает множество задач от создания соответствующего образа автомобиля до удобства в салоне.

В задачи автомобильного дизайна входит внешний дизайн автотранспортного средства, дизайн его интерьера, а также разработка цветовой гаммы и деталей отделки. Форма автомобиля должна быть функционально оправданной и зависит от его конструкции, компоновки, применяемых материалов и технологии изготовления. На развитие формы автомобиля в значительной степени воздействуют социально-экономические факторы и такие субъективные факторы, как «престижность» и мода.

В обязанности дизайнера автомобиля входит дизайн экстерьера транспортного средства – его пропорции и форма. Он также отвечает за дизайн салона автомобиля – пропорции, формы, размещение и отделка поверхностей для приборной панели, сидений,

дверных панелей, внутреннюю отделку, обивку потолка салона. Акцент делается на эргономику и комфорт пассажиров. В обязанности дизайнера также входит разработка цветовой гаммы и выбор материалов, используемых при производстве транспортных средств (краски, пластмассы, ткани, кожи, ковровые покрытия, обивки потолка салона, отделка салона деревом, и так далее).

Не нужно говорить, что уже на протяжении многих десятков лет дизайн отечественных моделей автомобилей явно отличается от зарубежных и далеко не в лучшую сторону. Возьмем, к примеру, Великобританию. Великобритания всегда была в числе ведущих стран- производителей автомобилей в Европе. Автомобильный дизайн в Великобритании заметно отличался от других европейских проектов в основном потому, что британские дизайнеры не были под влиянием другого европейского искусства или движений дизайна. Нельзя сказать, что автомобили Великобритании в одночасье заняли место под солнцем мирового признания, однако после второй мировой войны, оправившись от потрясения, автомобильная промышленность Великобритании резко выросла и по сей день остается одной из известнейших в мире.

Список автомобильных марок, популярных во всем мире, начавших свою жизнь в Британии, весьма велик: GM, Jaguar, LandRover, Bentley, Rolls-Royce, Lotus, AstonMartin, каждая из которых связана с именем какого-либо известного британского промышленного дизайнера. Марек Райхман – дизайн-директор Aston Martin, ДиркВанБрэхел – директор Bentley, СаймонКокс – директор GM, ЯнКалум-Jaguar, РасселКар – директоркомпании Lotus и др. [4]. Очевидно, что дизайн этих автомобильных марок очень запоминающийся, хотя и весьма сдержан. Не удивительно, что всех этих дизайнеров объединяет то, что они закончили либо Университет искусств в Лондоне по направлению автомобильного дизайна, либо университет Ковентри по тому же направлению (а некоторые и оба сразу). Учитывая, что все эти люди находятся на руководящих должностях, можно судить о высоком уровне образования в Великобритании в данной области дизайна.

Итальянские дизайнеры также давно были известны за границей. Так, например, во Франции раскрылся талант Фламинио Бертони, который начинал работать как мастер по металлу на одном из авиационных предприятий Италии. В 1923 г. он переезжает в Париж и в течение семи лет выполняет мелкие работы в различных кузовных мастерских, благо во Франции их было предостаточно. В 1930 г. его замечает Андре Ситроен (A. Citroen) и бесстрашно доверяет Бертони дизайн своего футуристического 11CV TractionAvant, а в будущем и других моделей.

Сегодня развитие области промышленного дизайна поддерживается на правительственном уровне. Задачи поддержки и пропаганды дизайна во Франции возложены на два министерства, которые осуществляют свою политику путем финансирования исследований, финансовой поддержки дизайнеров и предприятий, развитие учебных учреждений, а также через выделение грантов на публикацию посвященных дизайну изданий. В Министерстве культуры эти функции выполняет Департамент пластических искусств, который проводит свою политику по трем направлениям: организация образования, содействие творческим изысканиям дизайнеров, а также сохранение и пропаганда творческого наследия. В Министерстве промышленности пропагандой дизайна на предприятиях занимается Дирекция региональной деятельности и малой и средней промышленности. В задачи Дирекции входит стимулирование спроса на разработку дизайнерских проектов со стороны предприятий малой и средней промышленности путем выделения им финансовых субсидий на эти цели. Для осуществления своей политики во всех регионах Франции министерством созданы Региональные дирекции промышленно-экологических исследований (РДПЭИ) и девять Центров промышленного дизайна.

Другой областью, на которую Министерство промышленности оказывает активное влияние, является подготовка специалистов по промышленному дизайну. Министерство поощряет создание дизайнерских отделений в высших учебных учреждениях, готовящих

инженерные и управленческие кадры, а также совместно с Министерством культуры курирует созданную в 1982 г. Высшую национальную школу промышленного творчества, которая готовит исключительно дизайнеров по таким специальностям, как дизайн продукта, дизайн пространства и среды, дизайн текстиля и моды, дизайн мультимедиа. Что касается России, то на сегодняшний день подготовку по специальности 052400 Дизайн производят 51 высшее учебное заведение нашей страны, 20 из которых предоставляют образовательные услуги в отрасли автомобильного дизайна [3].

В Японии, Франции, Великобритании – лидерах промышленного дизайна – уровню подготовки кадров для промышленного дизайна уделяется на уровне государства. Так, в Великобритании специалистов по промышленному дизайну готовят 74 учебных заведения, во Франции – более 55.

Несмотря на немалое количество учебных заведений в нашей стране, отечественный автомобильный дизайн все так же уступает зарубежному. Так, в 2011 г. на предприятие АвтоВаз с целью вывода его на лидирующие позиции узнаваемости, был приглашен новый дизайнер компании, и им стал не наш соотечественник, а британский дизайнер Стив Маттин. Почему же несмотря на действующее образование в России не хватает высококвалифицированных специалистов в области автомобильного дизайна?

Проанализировав программы подготовки, можно сделать вывод, что специалистов по дизайну в нашей стране традиционно обучали гуманитарные ВУЗы, а классификатор специальностей высшего профессионального образования относит промышленный дизайн к разделу «Культура и искусство». С точки зрения реальной проектной практики уровень обучения в Российских ВУЗах не соответствует современным требованиям по причине полной отрешенности этих учебных заведений от инженерной сферы и реального производства (превратить рисунок в готовый продукт – главная проблема для выпускников гуманитарных ВУЗов).

Из первой проблемы плавно вытекает вторая – отсутствие высококвалифицированных специалистов в сфере дизайн-образования. Нахождение промышленного дизайна в разделе «Культуры и искусства» уже говорит о том, что и преподавание осуществляют люди, далекие от производства, и, следовательно, изначально некомпетентные в области промышленного дизайна. Как правило, люди, преподающие дисциплины, связанные с дизайном, обладают крайне скудным багажом прикладных знаний.

Мало кто из них является практикующим дизайнером и может рассказать студентам, как все бывает на самом деле. Чаще всего они могут только научить студентов пользоваться графическими редакторами и принять сделанную работу, ставя проходной балл не по факту возможности реализации проекта или его удобства для потребителя, а просто по факту выполненного задания. Из-за распространенности преподавателей такого уровня потом страдает целый пласт молодых специалистов, потративших несколько лет в университете, и ничего существенного от него не получивших. Одним из логичных решений данной проблемы является приглашение специалистов из за рубежа. В последнее время уже наблюдается такая практика в некоторых центральных ВУЗах страны.

Нельзя сказать, что все ВУЗы нашей страны неэффективны в подготовке специалистов в отрасли автомобильного дизайна. Конкретно автомобильному дизайну обучают в Московском государственном машиностроительном университете (МАМИ), Санкт-Петербургской художественно-промышленной академии имени А.Л. Штиглица (СпбГХПФ им. А.Л. Штиглица), Уральском государственном архитектурно-художественном университете (УралГАХА). Но только даже самые талантливые и успешные выпускники с трудом находят перспективную работу. Дизайнер Артем Неретин, окончивший УралГАХА и переехавший работать во Францию, говорит: «Пока социальная и экономическая составляющие в России не совсем комфортные. Пока что в зарубежной компании создавать автомобиль приятнее и проще с определенной точки зрения» [2]. Российские дизайнеры уезжают работать в крупнейшие автомобильные

компания за рубеж. Большинство из них обучались в российских вузах, но отсталость российской автомобильной промышленности вынудила их трудоустраиваться за границей. То есть проблема заключается и в том, что неверно трактуется оценка роли промышленного дизайна в производстве у руководства предприятий; малая заинтересованность предприятий в развитии промдизайна на своем производстве. Недостаточное внимание вопросам развития промышленного дизайна в целом приводит к вытеснению продукции отечественных производителей с российского и мирового рынков и снижает конкурентоспособность экономики страны в целом. Решение проблем повышения эффективности использования технологий промышленного дизайна на предприятиях и улучшения качества образования в этой сфере дополнительно затруднено из-за ограниченности существующей в стране инфраструктуры продвижения и развития дизайна, из-за отсутствия центров развития дизайна, которые являются в мире важным инструментом повышения конкурентоспособности экономики, а также инновационной политики и поддержки малого предпринимательства. А в это время лучшие умы перебираются за границу, когда большинство автолюбителей и не подозревает, что к огромному количеству знаковых автомобилей приложили руку дизайнеры из России.

Профессионал, создающий дизайн для промышленного изделия, должен быть одновременно и художником, и конструктором, и инженером-технологом. Ведь промышленный дизайн требует применить свое творческое воображение так, чтобы не был нарушен технологический смысл конечного продукта. Таким образом, необходимо выделить в отдельное направление «Дизайн», в классификации специальностей высшего профессионального образования из группы «Культура и искусство». В сложившейся российской ситуации обучение специалистов в области промышленного дизайна на базе технического ВУЗа способно дать наиболее быстрые и эффективные результаты. Может быть использована уникальная возможность сочетания дизайнерской подготовки с отраслевой ориентацией. Так же следует привлекать к преподавательской деятельности зарубежных специалистов, с целью передачи опыта в сфере автомобильного дизайна. Необходимо создание преемственности между ВУЗами и предприятиями, чтобы выпускники могли воплощать свои идеи на отечественном рынке и стремиться к признанию российского автопрома всем мировым сообществом.

#### **Список литературы**

1. Кочегаров Б.Е. Учебное пособие: «Промышленный дизайн» для студентов специальности «Бытовые машины и приборы» / Б. Е. Кочегаров. – Владивосток: ДВГТУ, 2006. – 297 с.
2. Ломакин Д.А. Как российские дизайнеры попадают в крупнейшие автомобильные компании за рубежом [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gazeta.ru/auto/2015/10/23\\_a\\_7839593.shtml](http://www.gazeta.ru/auto/2015/10/23_a_7839593.shtml) (дата обращения 12.02.2016)
3. Смирнова С.А. Дизайн. История дизайна. Этапы развития дизайна [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/145060/dizayn-istoriya-dizayna-etapy-razvitiya-dizayna>